

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG**



ĐỖ MINH SƠN

**NGHIÊN CỨU SỰ HÀI LÒNG CỦA
SINH VIÊN TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ,
ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG**

Chuyên ngành: QUẢN TRỊ KINH DOANH

Mã số: 60.34.05

**TÓM TẮT LUẬN VĂN THẠC SĨ
QUẢN TRỊ KINH DOANH**

Đà Nẵng – Năm 2010

**Công trình được hoàn thành tại
ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG**

**Người hướng dẫn khoa học:
TS. Nguyễn Thanh Liêm**

Phản biện 1: TS. Lê Văn Huy

Phản biện 2: TS. Nguyễn Văn Dũng

**Luận văn sẽ được bảo vệ tại Hội đồng chấm Luận
văn tốt nghiệp thạc sĩ Quản trị Kinh doanh họp tại
Đại học Đà Nẵng vào ngày 31 tháng 10 năm 2010**

Có thể tìm hiểu luận văn tại:

- Trung tâm Thông tin- Học liệu, Đại học Đà Nẵng**
- Thư viện trường Đại học Kinh tế, Đại học Đà Nẵng**

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Trong bối cảnh đổi mới của giáo dục đại học Việt Nam nói chung và Trường Đại học Kinh tế, ĐHQĐN nói riêng, việc thực hiện đề tài là thực sự cần thiết, điều này thể hiện ở ba khía cạnh sau:

a) Thông tin về sự hài lòng của sinh viên được thừa nhận là một trong những cơ sở để cải tiến chất lượng và nâng cao giá trị của hoạt động giáo dục trong các trường đại học trên thế giới.

b) Các nghiên cứu về sự hài lòng của sinh viên trong các trường đại học Việt Nam cho đến nay vẫn chưa có sự thống nhất về phương pháp thực hiện, cách thức phân tích và việc sử dụng kết quả trong quản lý chất lượng giáo dục đại học. Điều này đặt ra nhu cầu tiếp tục thực hiện các nghiên cứu về lĩnh vực này.

c) Nhu cầu tất yếu của Trường Đại học Kinh tế, ĐHQĐN trong việc đánh giá “sự hài lòng của sinh viên” về hoạt động giáo dục đại học.

Trong giai đoạn 2006-2015, mục tiêu đặt ra của Trường Đại học Kinh Tế, ĐHQĐN là “*phấn đấu để trở thành cơ sở đào tạo, nghiên cứu khoa học kinh tế có quy mô lớn và chất lượng hàng đầu ở miền Trung được các trung tâm kiểm định chất lượng giáo dục có uy tín thừa nhận*”. Để thực hiện được mục tiêu này, Nhà Trường đã đăng ký và thực hiện thành công “kiểm định chất lượng giáo dục đại học” và triển khai áp dụng ISO 9001:2000 trong quản lý chất lượng. Yêu cầu trong thực hiện các hoạt động này là cần “*đánh giá sự thỏa mãn của khách hàng (sinh viên) và sử dụng nó như là một căn cứ cần thiết cho đổi mới và cải tiến chất lượng liên tục*”. Đây là một trong những lý do quan trọng thúc đẩy việc nghiên cứu và thực hiện đề tài.

2. Mục đích nghiên cứu của đề tài

- Phân tích những đánh giá về chất lượng, giá trị và sự hài lòng của sinh viên hệ chính quy về hoạt động giáo dục đại học của Nhà Trường;

- Đo lường và kiểm định các giả thiết về mối quan hệ giữa sự hài lòng của sinh viên với các thành phần chất lượng và giá trị cảm nhận;

- Đề xuất kiến nghị liên quan đến chất lượng và trị của giáo dục đại học nhằm bảo đảm và duy trì lâu dài sự hài lòng của sinh viên.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

- *Đối tượng nghiên cứu* là các vấn đề liên quan đến chất lượng, giá trị và sự hài lòng của sinh viên trong hoạt động giáo dục đại học.

- *Phạm vi nghiên cứu* của đề tài là các sinh viên hệ chính quy, học tại Trường Đại học Kinh tế, trong khoảng thời gian từ tháng 4 đến tháng 6 năm 2010.

4. Phương pháp nghiên cứu

- *Nghiên cứu định tính* thông qua hoạt động thảo luận nhóm, nhằm xây dựng thang đo và trợ giúp cho các phân tích trong đề tài.

- *Nghiên cứu định lượng* được thực hiện dựa trên nguồn thông tin thu thập từ các phiếu điều tra.

- *Công cụ nghiên cứu* gồm có “đề cương thảo luận nhóm”, “phiếu điều tra sự hài lòng của sinh viên” và phần mềm SPSS 13.

5. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn của đề tài

- *Ý nghĩa khoa học*: đề tài có những đóng góp nhất định về mặt khoa học, thể hiện thông qua hướng tiếp cận mới về thang đo chất lượng và mô hình nghiên cứu.

- *Ý nghĩa thực tiễn*, kết quả nghiên cứu cần thiết cho công tác quản lý, cũng như thực hiện các mục tiêu chiến lược của Nhà Trường.

6. Kết cấu của đề tài nghiên cứu

Ngoài phần mở đầu và kết luận, đề tài được kết cấu với 4 chương:

Chương 1: Cơ sở lý thuyết và thực tiễn của đề tài

Chương 2: Thiết kế nghiên cứu

Chương 3: Trình bày kết quả nghiên cứu

Chương 4: Kết luận và kiến nghị

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ THỰC TIỄN CỦA ĐỀ TÀI

1.1. Dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng

1.1.1. Khái niệm và đặc điểm của dịch vụ

1.1.1.1. Khái niệm

Dịch vụ là kết quả của một quá trình biến đổi các yếu tố đầu vào thành đầu ra cần thiết cho khách hàng. Quá trình đó bao gồm các hoạt động phía sau (bên trong) và các hoạt động phía trước, nơi mà khách hàng và nhà cung cấp dịch vụ tương tác với nhau nhằm thỏa mãn nhu cầu của khách hàng theo cách mà khách hàng mong muốn và suy cho cùng đó là tạo ra giá trị cho khách hàng.

1.1.1.2. Đặc điểm của dịch vụ

Dịch vụ có 4 đặc điểm là: (1) Tính vô hình; (2) Tính không thể tách rời (giữa sản xuất và tiêu dùng); (3) Tính không đồng nhất (hay không thể tiêu chuẩn hóa); (4) Tính không tồn tại lâu dài (còn gọi là không thể tồn kho). Với những đặc tính này, để thành công trong cung ứng dịch vụ, cần có những giải pháp quản trị thích hợp.

1.1.1.3. Tác động của công nghệ tới các đặc tính của dịch vụ

Với sự hỗ trợ của công nghệ, việc cung ứng dịch vụ trở nên đồng đều, chính xác, chuẩn mực và linh hoạt hơn. Công nghệ đang được xem như là một giải pháp quan trọng để thỏa mãn ngày càng cao hơn nhu cầu của khách hàng và gia tăng khả năng cạnh tranh của tổ chức.

1.1.2. Sự hài lòng của khách hàng

1.1.2.1. Tầm quan trọng và khái niệm về sự hài lòng

Sự hài lòng sẽ ảnh hưởng tới hành vi của khách hàng, nó tăng xác suất mua hàng tiếp theo, tạo tiền đề cho lòng trung thành và ảnh hưởng đến sự truyền miệng của khách hàng cho những người khác.

Sự hài lòng là một dạng cảm xúc hoặc thái độ, hình thành trên cơ sở khách hàng so sánh, đánh giá giữa những gì mà họ mong đợi với

những gì nhận được từ tổ chức và/hoặc từ sản phẩm, dịch vụ cụ thể. Nó là trạng thái tâm lý xảy ra trong và/hoặc sau khi tiêu dùng.

1.1.2.2. Các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng

Các nghiên cứu đều cho thấy, “sự hài lòng của khách hàng” là một biến phụ thuộc của 3 thành phần chính là “sự mong đợi của khách hàng”, “chất lượng cảm nhận” và “giá trị cảm nhận”.

1.1.3. Mong đợi của khách hàng

Mong đợi được hiểu là những gì mà người mua tiềm năng nghĩ hay cảm thấy nhu cầu về sản phẩm dịch vụ, những mong muốn, và những ý tưởng hình thành trong đầu của một khách hàng về một sản phẩm hay dịch vụ trước khi tiêu dùng nó. Mong đợi được xem là “tiêu chuẩn” của khách hàng khi đánh giá sản phẩm, dịch vụ của một tổ chức về khía cạnh chất lượng và giá trị.

1.1.4. Chất lượng dịch vụ, chất lượng cảm nhận và việc đo lường

1.1.4.1. Khái niệm về chất lượng dịch vụ và chất lượng cảm nhận

Các nhà nghiên cứu và quản trị ủng hộ quan điểm xem xét chất lượng dịch vụ trên góc độ của khách hàng. Đối với khách hàng, “*chất lượng dịch vụ là một sự cảm nhận mang tính so sánh giữa mong đợi của họ về dịch vụ và những gì mà họ nhận được từ dịch vụ được cung cấp*”. Chất lượng dịch vụ là khách quan, mỗi khách hàng sẽ có những cảm nhận khác nhau, vì thế còn được gọi là “chất lượng cảm nhận”.

1.1.4.2. Đo lường chất lượng cảm nhận

Về cơ bản, việc đo lường chất lượng dịch vụ cần phải căn cứ vào khoảng cách giữa “mong đợi của khách hàng về chất lượng” và “sự cảm nhận của họ về mức độ chất lượng được thực hiện”. Tuy nhiên, một số nhà nghiên cứu đã chứng minh có thể đo lường trực tiếp thông qua “chất lượng cảm nhận” (còn gọi là đo lường hiệu suất – hay mức độ thực hiện của dịch vụ). Lập luận này là cơ sở của mô hình “chỉ đo lường hiệu suất” được sử dụng khá nhiều hiện nay.

1.1.4.3. Thang đo chất lượng dịch vụ

Tùy vào loại dịch vụ mà việc xây dựng thang đo có thể khác nhau. Tuy nhiên, thang đo chất lượng dịch vụ có xu hướng tập trung vào 2 nhóm nhân tố chính: (1) Đề cập đến chất lượng của các thuộc tính cơ bản của dịch vụ, nó là yếu tố đáp ứng nhu cầu chính yếu của khách hàng, nó trả lời câu hỏi khách hàng nhận được gì từ dịch vụ đó? (2) Đề cập đến chất lượng của các yếu tố liên quan đến quá trình tương tác để tiếp nhận dịch vụ giữa khách hàng và người cung cấp, nó trả lời cho câu hỏi khách hàng tiếp nhận dịch vụ như thế nào?

1.1.5. Giá trị khách hàng, giá trị cảm nhận và việc đo lường

1.1.5.1. Khái niệm giá trị khách hàng và giá trị cảm nhận

Tương tự như chất lượng, “giá trị” cũng được xem xét trên quan điểm khách hàng. “Giá trị khách hàng” được hình thành trên cơ sở so sánh những gì mà khách hàng mong đợi, với những gì mà khách hàng nhận được, đặt trong mối quan hệ với yếu tố tình huống và với những gì mà khách hàng phải bỏ ra trong tiêu dùng dịch vụ đó. Giá trị là cảm nhận chủ quan của khách hàng và còn gọi là “giá trị cảm nhận”.

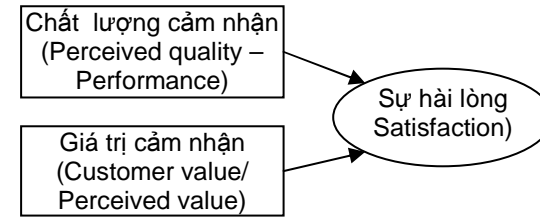
1.1.5.2. Đo lường giá trị khách hàng

Đo lường giá trị khách hàng về cơ bản được thực hiện thông qua sự so sánh giữa “những gì mà khách hàng bỏ ra” và “những gì mà họ mong đợi” với “những gì mà họ nhận được”. Tuy nhiên, các nghiên cứu cũng chỉ ra phương pháp đo lường giá trị trực tiếp thông qua “giá trị cảm nhận” mà không cần so sánh với mong đợi và chi phí.

1.1.5.3. Thang đo giá trị khách hàng

So với chất lượng, thang đo giá trị cảm nhận có tính thống nhất cao hơn. Một số thành phần thường được sử dụng để đo lường giá trị khách trong các nghiên cứu là: (1) Giá trị chức năng; (2) Giá trị kinh tế; (3) Giá trị của sự thuận tiện; (4) Giá trị xã hội; (5) Giá trị tình cảm; (6) Giá trị có điều kiện; (7) Giá trị nhận thức.

Tóm lại: Có thể đo lường sự hài lòng của khách hàng thông qua chất lượng cảm nhận và giá trị cảm nhận như mô tả trong hình 1.1.



Hình 1.1:
Tóm tắt các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng

1.2. Giáo dục đại học và sự hài lòng của sinh viên

1.2.1. Một số vấn đề về giáo dục đại học

1.2.1.1. Hoạt động, giới hữu quan và mô hình chất lượng của trường đại học

Hoạt động chính của một trường đại học bao gồm: “ *nghiên cứu, giáo dục và dịch vụ xã hội*”. Các hoạt động này hỗ trợ và tương tác với nhau trong việc thỏa mãn giới hữu quan. Mô hình chất lượng trong trường đại học là một sự kết nối chặt chẽ giữa sứ mệnh, mục đích, mục tiêu với các kế hoạch, chính sách, các hoạt động quản trị và nguồn lực để hướng tới thỏa mãn các bên hữu quan.

1.2.1.2. Khái niệm, chức năng và mục tiêu của giáo dục đại học

a. Khái niệm

Giáo dục là những tác động nhằm làm thay đổi nhận thức và hành vi của con người. Giáo dục đại học được xem là giai đoạn tiếp nối của giáo dục phổ thông, nhằm phát triển con người toàn diện cả về kiến thức, chuyên môn lẫn tư tưởng, đạo đức.

b. Chức năng của giáo dục đại học

Nhằm đào tạo con người toàn diện, chức năng của giáo dục là khá rộng gồm: (1) Chức năng đào tạo; (2) Chức năng văn hoá; (3) Chức năng tư tưởng; (4) Chức năng phát triển; (5) Chức năng mục đích.

c. Mục tiêu và phương pháp giáo dục đại học

Mục tiêu của giáo dục đại học là “Đào tạo người học có phẩm chất chính trị, đạo đức, có ý thức phục vụ nhân dân, có kiến thức và năng lực thực hành nghề nghiệp tương xứng với trình độ đào tạo, có sức khoẻ, đáp ứng yêu cầu xây dựng và bảo vệ Tổ quốc”. Để đạt được mục tiêu, hoạt động giáo dục đại học phải nhấn mạnh việc bảo đảm một điều kiện nhất định về cơ sở vật chất, trang bị phương pháp và năng lực để sinh viên đạt được mục tiêu, chiếm lĩnh được tri thức.

1.2.1.3. Tính chất đặc biệt của dịch vụ giáo dục đại học

Giáo dục đại học là một loại dịch vụ đặc biệt với thời gian và mức độ tương tác cao giữa người cung cấp và khách hàng, đồng thời là dịch vụ mang tính tổng hợp của nhiều hoạt động khác nhau. Trong nghiên cứu sự hài lòng của sinh viên cần chú trọng đến đặc điểm này.

1.2.2. Nghiên cứu sự hài lòng của sinh viên

1.2.2.1. Phương pháp, nội dung và các nguyên tắc trong nghiên cứu sự hài lòng của sinh viên thông qua khảo sát

Trong phương pháp khảo sát sự hài lòng của sinh viên là việc thiết kế bản câu hỏi thường bao gồm 2 nội dung: “tầm quan trọng của từng yếu tố liên quan đến quá trình học tập” và “sự hài lòng của sinh viên về các yếu tố đó”. Về nội dung, thường bao gồm một phạm vi khá rộng với đa số các vấn đề liên quan đến sinh viên. Trong xử lý và sử dụng kết quả, phải xuất phát từ mục tiêu nghiên cứu, tuy nhiên mô tả thống kê là một yêu cầu bắt buộc. Một số nghiên cứu tiến hành xây dựng mô hình, phân tích nhân tố và hồi quy để tóm tắt dữ liệu và đánh giá mức độ ảnh hưởng của từng nhân tố đến sự hài lòng của sinh viên.

1.2.2.2. Mô hình đo lường sự hài lòng của sinh viên

Các nghiên cứu về sự hài lòng của sinh viên có đề cập đến nhiều yếu tố ảnh hưởng, trong đó nổi lên hai nhóm yếu tố quan trọng là chất lượng và giá trị của dịch vụ giáo dục đại học do nhà trường cung cấp. Vì thế mô hình đo lường sự hài lòng được xây dựng với 2 thành phần là “chất lượng cảm nhận” và “giá trị cảm nhận”.

1.2.2.3. Thang đo chất lượng cảm nhận của sinh viên về giáo dục đại học

Thang chất lượng cảm nhận của sinh viên về dịch vụ giáo dục đại học được sử dụng khá đa dạng. Có 3 xu hướng chính:

- (1) Sử dụng thang đo như các dịch vụ thông thường khác, thường thấy nhất là SERVQUAL (giữ nguyên hoặc có điều chỉnh);
- (2) Phát triển thang đo mới nhưng vẫn dựa trên cơ sở SERVQUAL, điển hình là mô hình “chỉ đo lường hiệu suất trong giáo dục đại học” (HeDPERF);
- (3) Thang đo được thiết kế theo các hoạt động của nhà trường liên quan đến giáo dục đại học (hoạt động giảng dạy và học tập; các yếu tố hỗ trợ; môi trường; phục vụ học tập; hỗ trợ đời sống sinh viên).

Trong đề tài này, thang đo chất lượng cảm nhận của sinh viên về dịch vụ giáo dục đại học được tiếp cận theo hướng thứ ba.

1.2.2.4. Thang đo giá trị cảm nhận của sinh viên về giáo dục đại học

Về cơ bản, không có quá nhiều sự khác biệt trong cách tiếp cận vấn đề giá trị khách hàng trong lĩnh vực giáo dục đại học. Các nghiên cứu về “giá trị cảm nhận” của sinh viên đối với giáo dục đại học thường tập trung vào 5 loại giá trị chính là: giá trị chức năng, xã hội, kiến thức, tình cảm và kinh tế.

Trong đề tài, chỉ tập trung vào 3 thành phần được sử dụng nhiều nhất trong các nghiên cứu là: giá trị chức năng, xã hội và kiến thức.

1.2.2.5. Thang đo sự hài lòng của sinh viên về giáo dục đại học

Sự hài lòng của sinh viên về giáo dục đại học chịu ảnh hưởng của chất lượng cảm nhận và giá trị cảm nhận về các hoạt động liên quan đến giáo dục đại học, vì thế thang đo sự hài lòng thường tập trung vào các yếu tố liên quan đến quá trình này (giảng viên, nhân viên, chương trình, quy trình đào tạo, hoạt động công nghệ thông tin, thư viện, giá trị xã hội, giá trị kiến thức, giá trị chức năng).

CHƯƠNG 2: THIẾT KẾ NGHIÊN CỨU

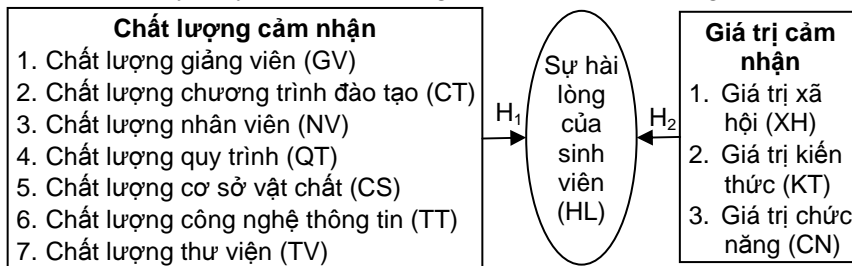
2.1. Phương pháp và mô hình nghiên cứu

2.1.1. Tóm tắt phương pháp nghiên cứu

Quá trình nghiên cứu được chia thành các bước: (1) Xây dựng mô hình lý thuyết và phát biểu các giả thiết; (2) Nghiên cứu định tính và hiệu chỉnh mô hình lý thuyết; (3) Nghiên cứu sơ bộ và hoàn thành công cụ thu thập thông tin; (4) Thu thập số liệu; (5) Phân tích thống kê mô tả; (6) Phân tích nhân tố và kiểm định độ tin cậy của thang đo; (7) Đề nghị mô hình kiểm định và các giả thuyết; (8) Xác định các hệ số của mô hình và kiểm định giả thiết; (9) Kết luận.

2.1.2. Mô hình lý thuyết và các giả thiết nghiên cứu

Mô hình lý thuyết đề xuất cho nghiên cứu thể hiện trong hình 2.2.



Hình 2.2: Mô hình lý thuyết của nghiên cứu

Chất lượng cảm nhận của sinh viên về giáo dục đại học được đánh giá thông qua nhiều thành phần khác nhau. Chất lượng cảm nhận càng tăng thì sự hài lòng càng tăng, vì thế nhóm giả thiết thứ nhất được đề nghị là: “ H_1 : Chất lượng cảm nhận (của 7 thành phần trong mô hình) có quan hệ dương với sự hài lòng của sinh viên”.

Giá trị cảm nhận của sinh viên về giáo dục đại học được nghiên cứu thông qua nhiều thành phần khác nhau. Khi cảm nhận về giá trị càng cao thì sự hài lòng của sinh viên càng tăng, vì thế nhóm giả thiết thứ hai được đề nghị là: “ H_2 : Giá trị cảm nhận (của 3 thành phần trong mô hình) có quan hệ dương với sự hài lòng của sinh viên”.

2.2. Thiết kế nghiên cứu

2.2.1. Nghiên cứu định tính

Được thực hiện để xây dựng thang đo cho các thành phần trong mô hình và đánh giá mức độ hợp tác của sinh viên trong điều tra.

2.2.1.1. Xây dựng sơ bộ các nhân tố và yếu tố nghiên cứu

Được thực hiện nhằm phục vụ cho hoạt động phỏng vấn nhóm. Công cụ nghiên cứu là “Đề cương phỏng vấn nhóm”.

2.2.1.2. Phỏng vấn nhóm sinh viên

Phỏng vấn nhóm được thực hiện dựa trên đề cương đã xây dựng, nhằm mục tiêu hỗ trợ quá trình xây dựng mô hình, thang đo, đánh giá khả năng phát hành phiếu điều tra trong sinh viên. Nghiên cứu đã phỏng vấn 14 nhóm (46 sinh viên, học 11 chuyên ngành khác nhau).

2.2.1.3. Hiệu chỉnh mô hình sau khi nghiên cứu định tính

Từ kết quả nghiên cứu định tính, một số câu hỏi được bổ sung, hiệu chỉnh và đưa thêm 2 thành phần chất lượng (“chất lượng hoạt động Đoàn (HD)” và “chất lượng cơ sở rèn luyện sức khỏe (RL)”) vào mô hình lý thuyết đã đề xuất để hình thành “mô hình đề nghị nghiên cứu”.

2.2.2. Phác thảo bản câu hỏi và nghiên cứu sơ bộ

Bản câu hỏi sơ bộ được phát hành cho 62 sinh viên nhằm đánh giá khả năng thu thập số liệu và mức độ phù hợp với mục tiêu nghiên cứu của đề tài. Từ đây bản câu hỏi chính thức được hoàn thiện.

2.2.3. Nghiên cứu định lượng

2.2.3.1. Thiết kế công cụ thu thập thông tin (phiếu điều tra)

Ngoài phần giới thiệu lý do nghiên cứu, các chú ý khi trả lời, thông tin cá nhân và ý kiến khác (nếu có), bản câu hỏi có 2 phần chính:

Phần A: Sử dụng thang đo likert 5 điểm. Sinh viên được đề nghị đánh giá về tầm quan trọng của 16 vấn đề liên quan đến quá trình học tập tại trường theo 5 cấp độ: (1) Không quan trọng; (2) Hơi quan trọng; (3) Khá quan trọng; (4) Quan trọng; (5) Rất quan trọng (Câu hỏi cụ thể trình bày trong bảng 3.1, chương 3 của bản tóm tắt này).

Phần B: Sử dụng thang đo likert 5 điểm. Sinh viên được đề nghị cho biết mức độ đồng ý của mình với 61 phát biểu liên quan tới 3 vấn đề: chất lượng cảm nhận (43 yếu tố), giá trị cảm nhận (6 yếu tố) và sự hài lòng (12 yếu tố), ứng với 5 cấp độ: (1) Hoàn toàn không đồng ý; (2) Không đồng ý; (3) Đồng ý một phần; (4) Đồng ý; (5) Hoàn toàn đồng ý (*Câu hỏi cụ thể trình bày trong bảng 3.2 và 3.3, chương 3 của bản tóm tắt này*).

2.2.3.2. Kế hoạch lấy mẫu

a. Kích thước mẫu:

Với nội dung bản câu hỏi và nhu cầu phân tích, kích thước mẫu tối thiểu là 305. Để tăng độ chính xác, quy mô mẫu tối thiểu được tăng lên 668 (khoảng 10% tổng số sinh viên).

b. Phương pháp chọn mẫu

Sử dụng phương pháp lấy mẫu thuận tiện, có xem xét đến việc bảo đảm: (1) Hợp lý về tỷ lệ giữa số sinh viên theo học hệ đại học chính quy và hệ đại học chính quy liên thông; (2) Hợp lý về tỷ lệ giữa các chuyên ngành đào tạo hiện tại của Trường; (3) Tỷ lệ mẫu tập trung vào sinh viên khóa 32 và 33 (chiếm ít nhất 70% trong mẫu).

c. Phương pháp lấy mẫu

Mẫu được thu thập trực tiếp. Bản câu hỏi được phát cho sinh viên, hướng dẫn trả lời và thu hồi ngay tại lớp học vào các thời điểm thuận tiện nhất. Thời gian thực hiện từ ngày 15/05/2010 đến 15/06/2010.

2.2.4. Kỹ thuật phân tích số liệu

Số liệu được xử lý bằng phần mềm SPSS 13. Gồm các bước: (1) Chuẩn bị số liệu và thống kê mô tả mẫu; (2) Kiểm định thang đo sự hài lòng (12 yếu tố); (3) Phân tích nhân tố thang đo chất lượng cảm nhận (43 yếu tố) và giá trị cảm nhận (6 yếu tố); (4) Kiểm định độ tin cậy của thang đo chất lượng cảm nhận và giá trị cảm nhận; (5) Hồi quy tuyến tính đa biến và kiểm định giả thiết của mô hình.

CHƯƠNG 3: TRÌNH BÀY KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

3.1. Mô tả thống kê

3.1.1. Kích thước và kết cấu mẫu

3.1.1.1. Kích thước mẫu

Sau khi phát hành 800 phiếu, đã thu về 767 phiếu, số phiếu không hợp lệ là 14, kích thước mẫu sử dụng là 753, đáp ứng được mục tiêu đề ra (ít nhất là 668).

3.1.1.2. Kết cấu mẫu

- *Kết cấu theo hệ đào tạo* phù hợp với mục tiêu, “hệ đại học chính quy” là 588 (78,1%), “hệ đại học chính quy liên thông” là 89 (11,8%).

- *Kết cấu mẫu theo khóa học* tương đối phù hợp với mục tiêu, khóa 32 và 33 chiếm tỷ trọng xấp xỉ 65%; khóa 34 chiếm 14.6%. Số năm học trung bình của sinh viên trong mẫu điều tra xấp xỉ 3 năm.

- *Kết cấu mẫu theo chuyên ngành là hợp lý*, 5 ngành có tỷ trọng cao là: Kế toán (22%), Ngân hàng (14,5%), QTKD Tổng quát (14,3%), QTKD Quốc tế (11,6%), QTKD Thương mại (9,8%).

- *Kết cấu mẫu phù hợp với phân bố học lực của sinh viên trong trường*. Tỷ trọng sinh viên xếp loại khá trong mẫu cao nhất (38.5%), tiếp đến là trung bình (10.6%), giỏi (9.7%), tỷ lệ sinh viên xếp học lực yếu và xuất sắc thấp (0.7% và 1.2%).

3.1.2. Phân tích thống kê mô tả các vấn đề được khảo sát

3.1.2.1. Phân tích thống kê mô tả nội dung “tầm quan trọng của các yếu tố đối với quá trình học tập của sinh viên”

Kết quả thống kê mô tả và kiểm định giả thiết “ H_0 : điểm trung bình của 16 yếu tố $> \mu$ ” với mức ý nghĩa $\alpha = 0.05$ (bảng 3.2), cho thấy điểm trung bình của các yếu tố là lớn hơn hoặc xấp xỉ bằng 3, cho thấy mọi yếu tố đều được đánh giá với một mức độ quan trọng nhất định. Các yếu tố tác động trực tiếp đến học tập (giảng viên, chương trình, công nghệ thông tin thư viện...), được đánh giá cao hơn những yếu tố có ảnh hưởng gián tiếp (nhân viên, chỗ ở, hỗ trợ y tế...).

Bảng 3.1: Tầm quan trọng của các yếu tố đối với quá trình học tập của sinh viên (sắp xếp theo điểm trung bình giảm dần)

TT	Ký hiệu	Các yếu tố	Số phiếu trả lời	Điểm trung bình	Độ lệch chuẩn (Đ)	Giá trị kiểm định (μ)
1	YT1	Đội ngũ giảng viên	738	4.62	0.63	4.57
2	YT3	Chương trình đào tạo	747	4.45	0.72	4.39
3	YT4	Tinh thực tế trong các môn học	742	4.32	0.86	4.26
4	YT10	Website của Nhà trường	750	4.30	0.85	4.27
5	YT11	Thư viện của Nhà trường	751	4.21	0.86	4.15
6	YT6	Không gian học tập	749	4.04	0.84	3.98
7	YT7	Thiết bị phục vụ giảng dạy	747	4.01	0.83	3.95
8	YT5	Phương pháp kiểm tra kết quả	745	3.89	0.88	3.83
9	YT9	Mạng Internet trong Trường	748	3.79	1.10	3.71
10	YT15	Khu vực học tập ngoài giờ	751	3.75	0.95	3.68
11	YT2	Nhân viên các bộ phận	741	3.43	0.94	3.36
12	YT12	Chỗ ở cho sinh viên	733	3.35	1.12	3.27
13	YT14	Sân (nhà thi đấu) thể thao	748	3.28	0.98	3.21
14	YT16	Hoạt động Đoàn	749	3.14	0.99	3.07
15	YT13	Cần tin phục vụ sinh viên	744	3.03	1.04	2.96
16	YT8	Hỗ trợ y tế của Nhà trường	742	3.03	1.01	2.97

3.1.2.2. Phân tích thông kê thành phần “chất lượng cảm nhận”

Với thang đo 5 điểm, theo sự tăng dần từ 1 đến 5 về mức độ đồng ý, kết quả điểm trung bình thấp nhất 2.47 và cao nhất là 3.93 cho thấy đánh giá chung của sinh viên về các chủ đề được hỏi liên quan đến “chất lượng cảm nhận” là không cao. Kiểm định giả thiết “ H_0 : điểm trung bình của 42 yếu tố $>\mu$ ” với mức ý nghĩa $\alpha = 0.05$ (bảng 3.2) cho thấy, nhóm nhân tố “chất lượng giảng viên”, “chương trình”, “quy trình” có xu hướng được đánh giá cao hơn các nhóm khác, xếp vị trí thấp nhất là các nhân tố liên quan đến mạng và website.

3.1.2.3. Phân tích thông kê thành phần “giá trị cảm nhận”

Tổng hợp kết quả khảo sát về “giá trị cảm nhận” và kiểm định giả thiết “ H_0 : điểm trung bình của 6 yếu tố $>\mu$ ” với mức ý nghĩa $\alpha = 0.05$, thể hiện trong (bảng 3.2). Tất cả các yếu tố liên quan đến “giá trị cảm nhận” được đề cập trong bảng câu hỏi thông qua kiểm định đều có điểm trung bình lớn hơn 3.3. So với nội dung liên quan đến “chất lượng cảm nhận”, thành phần giá trị được đánh giá tốt hơn.

Bảng 3.2: Kết quả đánh giá về “chất lượng cảm nhận” và “giá trị cảm nhận”

TT	Ký hiệu	Các yếu tố	Số phiếu trả lời	Điểm trung bình	Độ lệch chuẩn (Đ)	Giá trị kiểm định (μ)
Các yếu tố “chất lượng cảm nhận” (xếp theo điểm trung bình giảm dần)						
1	CT3	Tổ chức kiểm tra, thi chặt chẽ, nghiêm túc	751	3.93	0.81	3.87
2	GV3	Giảng viên có trình độ đáp ứng được yêu cầu...	750	3.93	0.77	3.87
3	GV2	Giảng viên có kỹ năng tốt trong giảng dạy...	741	3.78	0.83	3.72
4	CT2	Kiểm tra, thi cuối kỳ sát với chương trình học	751	3.74	0.74	3.67
5	GV4	Giảng viên giới thiệu tài liệu học tập cho SV	750	3.73	0.89	3.67
6	GV7	Giảng viên giao tiếp cởi mở, lịch sự với SV	753	3.68	0.87	3.62
7	QT2	Nhà Trường luôn giữ đúng cam kết với SV	737	3.61	0.85	3.55
8	QT3	Kết quả học tập, rèn luyện minh bạch	747	3.61	0.98	3.54
9	GV1	Giảng viên tổ chức giờ học tốt	752	3.60	0.84	3.54
10	GV5	Giảng viên luôn giữ đúng cam kết với SV	748	3.57	0.86	3.51
11	QT1	Nhà trường công bố kịp thời thông tin cho SV	741	3.51	0.92	3.45
12	GV9	Giảng viên đem lại cho sinh viên sự tin cậy	748	3.48	0.88	3.42
13	CT1	Chương trình đào tạo hợp lý	751	3.47	0.81	3.41
14	GV6	Liên hệ với giảng viên dễ dàng	748	3.44	0.92	3.37
15	CS4	Phòng học đầy đủ ánh sáng	749	3.41	0.80	3.35
16	HD2	Hoạt động Đoàn mang lại nhiều giá trị cho SV	706	3.36	0.81	3.30
17	CS5	Bảng viết trên giảng đường dễ quan sát	750	3.36	0.83	3.30
18	TV2	Phòng đọc của thư viện phục vụ tốt cho SV	748	3.35	0.84	3.29
19	GV8	Giảng viên có sự cảm thông với sinh viên	752	3.34	0.88	3.27
20	HD3	Tham gia hoạt động Đoàn dễ dàng	705	3.31	0.88	3.25
21	CS6	Máy chiếu và màn hình hỗ trợ tốt trong học tập	750	3.30	0.87	3.23
22	HD1	Hoạt động Đoàn hấp dẫn	708	3.28	0.82	3.22
23	TV1	Thuận tiện trong tìm kiếm (sách, tài liệu...)	753	3.26	0.87	3.20
24	TT6	Website của Trường hỗ trợ tốt trong học tập	745	3.24	0.96	3.17
25	TV4	Tài liệu thư viện đáp ứng tốt nhu cầu học tập	751	3.23	0.85	3.17
26	RL2	Thuận tiện cho việc rèn luyện sức khỏe	723	3.21	0.84	3.15
27	CS3	Phòng học thoáng mát, sạch sẽ	751	3.14	0.83	3.08
28	RL1	Hệ thống sân bãi tập luyện thể thao tốt	733	3.14	0.83	3.08
29	TT5	Website của Trường có thông tin phong phú	751	3.12	0.93	3.06
30	TV3	Thư viện tạo thuận lợi trong mượn tài liệu...	747	3.12	0.97	3.05
31	NV1	Nhân viên làm việc khoa học, hợp lý	731	3.11	0.89	3.04
32	TT4	Website của Trường thiết kế đẹp, hấp dẫn	752	3.09	0.93	3.02
33	CS2	Phòng học đầy đủ chỗ ngồi	751	3.07	0.91	3.01
34	CS1	Ấn tượng tốt về giảng đường, văn phòng...	752	3.02	0.85	2.96
35	NV2	Nhân viên đáp ứng được nhu cầu của SV	748	2.96	0.85	2.90
36	NV4	Nhân viên luôn mang lại sự tin cậy cho SV	748	2.93	0.89	2.87

37	NV3	Nhân viên cởi mở, lịch sự trong giao tiếp...	747	2.88	0.93	2.81
38	TV6	Nhân viên thư viện hỗ trợ SV trong mượn tài liệu	750	2.79	1.00	2.72
39	TV5	Nhân viên thư viện giao tiếp cởi mở, lịch sự	750	2.79	1.01	2.72
40	CS7	Máy tính trong các phòng máy hoạt động tốt	742	2.75	0.99	2.68
41	TT1	Mạng Internet trong Trường tiếp cận dễ dàng	748	2.66	1.06	2.58
42	TT3	Website của Trường truy cập nhanh chóng	753	2.60	1.02	2.53
43	TT2	Mạng Internet trong Trường hoạt động liên tục	747	2.47	1.02	2.39
Các yếu tố “giá trị cảm nhận” (xếp theo điểm trung bình giảm dần)						
1	XH2	Sinh viên tự hào khi được học tập tại Trường	744	3.79	0.81	3.73
2	CN1	Tạo cơ hội tốt để học tập và nghiên cứu tiếp...	742	3.77	0.75	3.71
3	XH1	Cơ hội để rèn luyện đạo đức, tác phong...	738	3.73	0.74	3.68
4	KT2	Rèn luyện kỹ năng (ngoại ngữ, tin học...)	743	3.64	0.77	3.58
5	CN2	Kiến thức hỗ trợ tốt cho công việc tương lai...	744	3.63	0.81	3.58
6	KT1	Tự tin về kiến thức có được trong học tập...	733	3.44	0.81	3.38

3.1.2.4. Phân tích thông kê mô tả thành phần “sự hài lòng” của sinh viên

Kết quả khảo sát và kiểm định giả thiết “ H_0 : điểm trung bình của 6 yếu tố $> \mu$ ”, với mức ý nghĩa $\alpha = 0.05$, thể hiện trong bảng 3.3.

Bảng 3.3: Mô tả kết quả đánh giá các yếu tố liên quan đến “sự hài lòng”

TT	Ký hiệu	Các yếu tố (Sắp xếp theo thứ tự điểm trung bình giảm dần)	Số phiếu trả lời	Điểm trung bình	Độ lệch chuẩn (δ)	Giá trị kiểm định (μ)
1	HL2	Với chương trình đào tạo	750	3.54	0.79	3.48
2	HL1	Với giảng viên của Nhà Trường	742	3.41	0.74	3.36
3	HL4	Khi giải quyết các công việc tại Khoa	738	3.40	0.87	3.34
4	HL7	Với hoạt động của phòng Công tác SV	738	3.35	0.83	3.29
5	HL12	Với điều kiện tại ký túc xá của Trường	625	3.33	0.80	3.27
6	HL8	Khi giải quyết công việc tại các bộ phận...	725	3.22	0.79	3.16
7	HL6	Khi giải quyết công việc tại Tổ tài vụ	721	3.20	0.89	3.14
8	HL10	Với thư viện (tài liệu, không gian...)	746	3.16	0.93	3.10
9	HL5	Với hoạt động của Phòng Đào tạo	740	3.07	0.96	3.00
10	HL9	Với cơ sở vật chất phục vụ học tập	739	3.06	0.86	3.00
11	HL3	Với nhân viên trong bộ phận chức năng	748	2.92	0.88	2.85
12	HL11	Với nhân viên thư viện	748	2.81	0.98	2.74

Điểm trung bình của các yếu tố thuộc nhóm này tương đồng với thành phần chất lượng, nhưng thấp hơn thành phần giá trị. Kết quả cho thấy, về cơ bản, sự hài lòng của sinh viên đối với các vấn đề được đề cập đến trong nghiên cứu đạt ở cấp độ trung bình khá.

Tóm lại, mô tả thống kê cho thấy, sinh viên đánh giá khá cao về tầm quan trọng của các yếu tố liên quan đến quá trình học tập; cảm nhận ở mức trung bình khá về chất lượng, giá trị và sự hài lòng.

3.2. Thống kê những ý kiến ngoài bản câu hỏi của sinh viên

Có 128 phiếu điều tra có góp ý ngoài việc trả lời bản câu hỏi, mỗi ý kiến có thể có đề cập đến nhiều hơn một vấn đề. Ý kiến nhiều nhất tập trung vào khả năng phục vụ của website và mạng Internet.

3.3. Phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của sinh viên

3.3.1. Đánh giá độ tin cậy của thang đo “sự hài lòng”

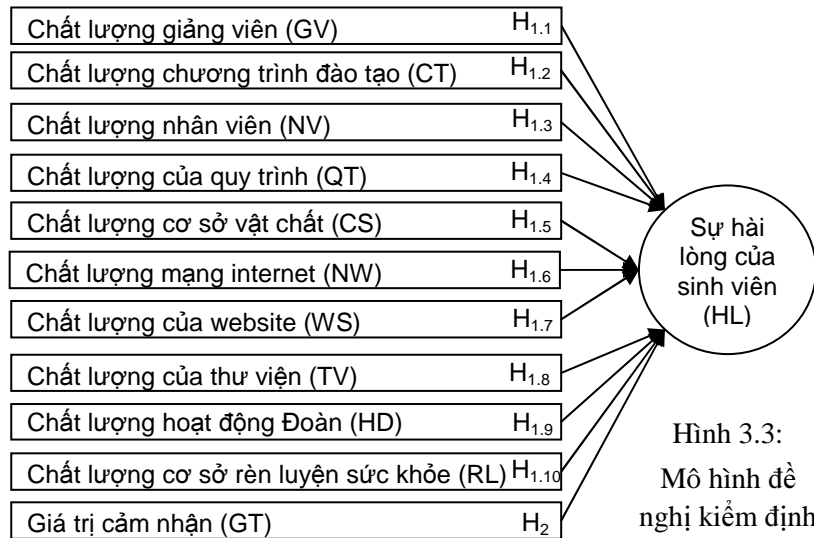
Từ 12 yếu tố được đề xuất, kết quả hợp lý nhất sau khi đã kiểm định thang đo và phân tích nhân tố chỉ lựa chọn 6 yếu tố trong thang đo sự hài lòng của sinh viên là: (1) Giảng viên; (2) Chương trình; (3) Giải quyết công việc ở các bộ phận chức năng; (4) Nhân viên các bộ phận chức năng; (5) Cơ sở vật chất phục vụ học tập; (6) Hoạt động của nhân viên thư viện.

3.3.2. Phân tích nhân tố và độ tin cậy của thang đo các biến độc lập (chất lượng cảm nhận và giá trị cảm nhận)

Kết quả phân tích nhân tố, cho thấy có 11 nhân tố được trích từ 50 yếu tố được sử dụng để đo lường chất lượng cảm nhận và giá trị cảm nhận. Tất cả các nhân tố được trích đều đạt tiêu chuẩn kiểm định về độ tin cậy của thang đo và có thể sử dụng trong các phân tích tiếp theo của đề tài. Các nhân tố được đặt tên, ký hiệu và đưa vào “mô hình đề nghị kiểm định” như thể hiện trong hình 3.3.

3.3.3. Hồi quy và kiểm định giả thiết

Với những thay đổi về thang đo chất lượng và giá trị cảm nhận, mô hình lý thuyết được sửa đổi thành mô hình đề nghị kiểm định (hình 3.3.). Mô hình được đề nghị nhằm kiểm định 11 giả thiết ($H_{1.1}$ đến $H_{1.10}$ và H_2).



Hình 3.3:
Mô hình đề
nghị kiểm định

3.3.3.1. Hồi quy, kiểm định sự tồn tại của mô hình và các giả thiết

Kết quả hồi quy “sự hài lòng” với 11 biến độc lập cho thấy, với mức ý nghĩa $\alpha = 0.05$ có thể loại bỏ nhân tố “Chất lượng cơ sở rèn luyện sức khỏe (RL)” ra khỏi mô hình. Kết quả hồi quy với 10 biến độc lập (không có hằng số) được trình bày tóm tắt trong bảng 3.4. Nhìn chung, các giả thiết của hồi quy tuyến tính cổ điển được thỏa mãn. Mức độ giải thích của mô hình là $R^2 = 0.763$, trị số F và t đều có ý nghĩa thống kê, điều này cho phép thừa nhận sự tồn tại của mô hình và chấp nhận các giả thiết có sự ảnh hưởng thuận chiều của 9 nhân tố chất lượng và 1 nhân tố giá trị đến sự hài lòng của sinh viên.

Kết luận: Từ mô hình đề nghị kiểm định và số liệu thu thập từ mẫu điều tra, với mức ý nghĩa $\alpha = 5\%$ chưa đủ cơ sở để chấp nhận giả thiết $H_{1,10}$, các giả thiết (10 giả thiết: từ $H_{1,1}$ đến $H_{1,9}$ và H_2) đều được chấp nhận với độ chính xác trên 95%.

Nghiên cứu này cho phép thừa nhận ảnh hưởng của 10 thành phần (9 nhân tố chất lượng và 1 nhân tố giá trị) đến “sự hài lòng” của sinh

viên như sau: $HL = 0.4723NV + 0.3400TV + 0.2774T + 0.2725 GV + 0.2580WS + 0.2315CS + 0.2011QT + 0.1917NW + 0.1571HD + 0.0980CT$

Bảng 3.4: Kết quả hồi quy “sự hài lòng” với 10 biến độc lập

Tổng kết mô hình hồi quy							
R	R ²	R ² điều chỉnh	Bậc tự do 1	Bậc tự do 2	Durbin-Watson	Thông kê F	Mức ý nghĩa (Sig.)
0.876	0.768	0.763	10	552	1.969	181.647	0.0000
Hệ số hồi quy							
Các biến độc lập	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số đã chuẩn hóa		Thông kê T	Mức ý nghĩa (Sig.)	Nhân tử phương sai phóng đại (VIF)
	B	Sai số chuẩn	β_1	β_2			
NV	0.4723	0.0202	0.4796	0.2815	23.3298	0.0000	1.0010
TV	0.3400	0.0199	0.3510	0.2654	17.0791	0.0000	1.0005
GT	0.2774	0.0199	0.2863	0.2393	13.9288	0.0000	1.0003
GV	0.2725	0.0199	0.2815	0.2393	13.6939	0.0000	1.0005
WS	0.2580	0.0200	0.2654	0.2393	12.9124	0.0000	1.0006
CS	0.2315	0.0199	0.2393	0.2077	11.6427	0.0000	1.0003
QT	0.2011	0.0199	0.2077	0.1602	10.1082	0.0000	1.0002
NW	0.1917	0.0200	0.1973	0.1602	9.6023	0.0000	1.0003
HD	0.1571	0.0202	0.1602	0.1009	7.7903	0.0000	1.0010
CT	0.0980	0.0200	0.1009	0.0980	4.9076	0.0000	1.0003

Kết quả hồi quy cho thấy, giá trị các hệ số ước lượng chưa thực sự hợp lý về mặt lý thuyết, điều này làm giảm ý nghĩa của mô hình trong phân tích và bàn luận. Cụ thể có một số nhận xét sau:

- Các hệ số ước lượng đều dương, cho thấy tác động tích cực của các nhân tố trong mô hình đến sự hài lòng của sinh viên.

- Nhân tố tác động mạnh nhất đến “sự hài lòng” là “chất lượng của nhân viên” (NV), kết quả này chưa thực sự phù hợp về mặt lý thuyết. Nhân tố “chất lượng của thư viện” (TV) có mức tác động cao thứ 2 đến sự hài lòng của sinh viên, kết quả này là hợp lý.

- Bốn nhân tố “giá trị cảm nhận”, “chất lượng giảng viên”, “chất lượng website” và “chất lượng cơ sở vật chất” có mức tác động gần ngang nhau đến “sự hài lòng”. Bốn nhân tố còn lại có mức tác động thấp hơn, trong đó, chất lượng chương trình có mức tác động thấp nhất.

CHƯƠNG 4: KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

4.1. Kết luận và bàn luận

4.1.1. Thu thập thông tin phản hồi là thực sự cần thiết và nhận được sự hưởng ứng tích cực của sinh viên

Kết quả có được trong quá trình thực hiện ứng dụng quan điểm thu thập thông tin phản hồi từ sinh viên là cần thiết cho cải tiến chất lượng.

4.1.2. Công nghệ thông tin rất quan trọng đối với sinh viên trong học tập, nhưng chất lượng hiện tại chưa thực sự đáp ứng được mong đợi

Kết quả điều tra cho thấy tính cấp thiết trong việc nâng cấp khả năng phục vụ của website, cũng như việc bảo đảm sự ổn định và liên tục của hệ thống mạng internet trong Trường.

4.1.3. Tài nguyên thư viện đáp ứng tốt mong đợi của sinh viên, nhưng công tác phục vụ vẫn cần tiếp tục có những cải thiện

Sinh viên đánh giá cao về vai trò, sự hữu ích, mức độ đáp ứng của tài liệu đối với nhu cầu học tập, nghiên cứu. Tuy nhiên, về phương pháp và công tác phục vụ vẫn còn nhiều vấn đề cần hoàn thiện.

4.1.4. Năng lực và phương pháp làm việc của các bộ phận chức năng (ngoài thư viện) được đánh giá cao, nhưng quá trình giao tiếp vẫn cần có những thay đổi tích cực hơn

Nhìn chung sinh viên đánh giá cao về chất lượng hoạt động, cách thức làm việc khoa học và khả năng giải quyết tốt nhu cầu công việc của sinh viên trong các bộ phận chức năng. Tuy nhiên, về khía cạnh giao tiếp vẫn cần tiếp tục có những cải tiến nhất định.

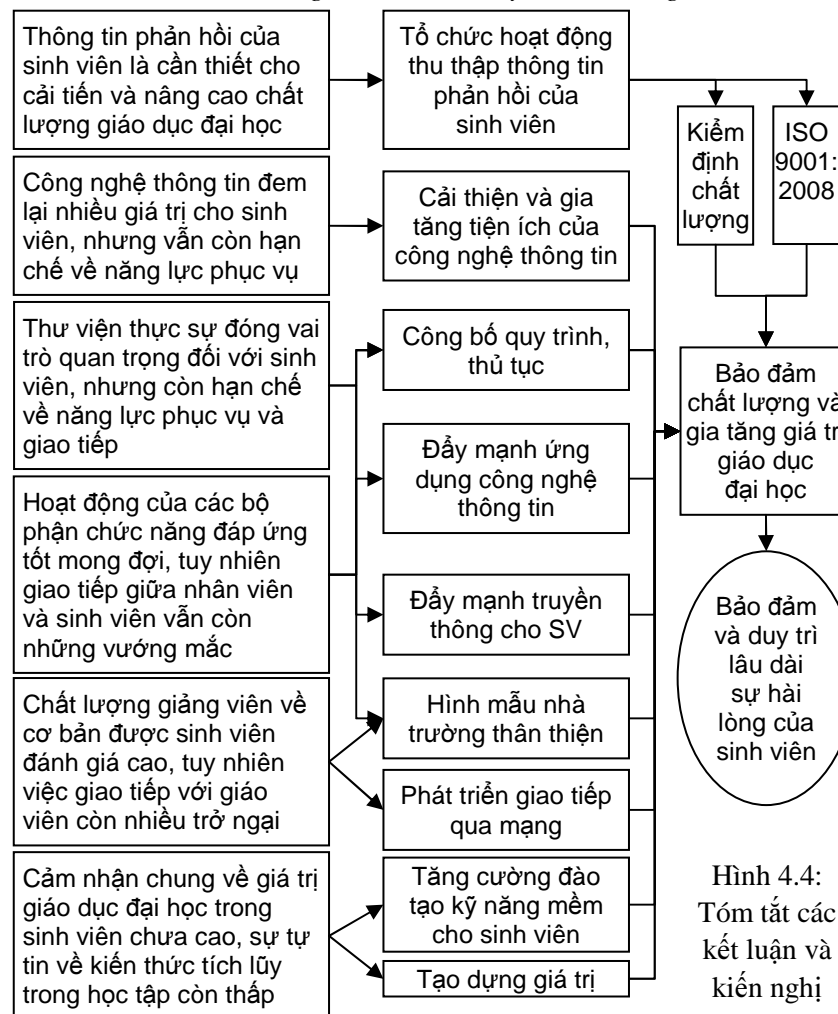
4.1.5. Cảm nhận chung về giá trị giáo dục đại học chưa cao, sinh viên còn thiếu tự tin về kiến thức có được trong học tập.

Cảm nhận về giá trị giáo dục là hết sức quan trọng, đặc biệt là sự tự tin về kiến thức. Kết luận này đặt ra nhu cầu thực hiện các nghiên cứu sâu hơn và gợi ý giải pháp tạo lập và gia tăng giá trị cho sinh viên.

4.1.6. Chất lượng giảng viên được sinh viên đánh giá cao, tuy nhiên việc giao tiếp với giáo viên còn nhiều trở ngại

Chất lượng giảng viên được đánh giá cao và có đóng góp nhất định vào sự hài lòng của sinh viên. Tuy nhiên, khía cạnh giao tiếp, sự cảm thông... vẫn còn những hạn chế nhất định. Về lâu dài, cần ứng dụng xu hướng giao tiếp “thân thiện”, “cởi mở” giữa giảng viên và sinh viên.

Các kết luận và kiến nghị được trình bày tóm tắt trong hình 4.3:



Hình 4.4: Tóm tắt các kết luận và kiến nghị

4.2. Một số kiến nghị

4.2.1. Về hoạt động thu thập thông tin phản hồi của sinh viên

4.2.1.1. Quan điểm chung

Thu thập thông tin phản hồi từ sinh viên là hoạt động cần được thực hiện nhằm cung cấp cơ sở cho việc bảo đảm và nâng cao chất lượng giáo dục đại học, góp phần thực hiện mục tiêu của Nhà trường;

4.2.2. Nội dung và ý nghĩa các hình thức thu thập thông tin

Có nhiều hình thức thu thập thông tin với những ý nghĩa khác nhau, cần chú trọng đến 3 dạng: (1) Thông tin phản hồi của sinh viên về các hoạt động của Nhà Trường; (2) Thông tin phản hồi về chất lượng chương trình đào tạo các chuyên ngành; (3) Thông tin phản hồi về hoạt động giảng dạy của giảng viên trong từng môn học cụ thể.

4.2.3. Định hướng phát triển các ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động đào tạo và quản lý sinh viên

4.2.3.1. Định hướng chung

Công nghệ thông tin được xem công cụ quan trọng trong việc nâng cao chất lượng và hiệu quả hoạt động giáo dục đại học. Cần chú trọng đến phát triển một cách toàn diện, khai thác tối đa các tiện ích trong các ứng dụng công nghệ thông tin, đồng thời phải bảo đảm khả năng phục vụ của hệ thống khi nhu cầu ngày càng mở rộng.

4.2.3.2. Một số kiến nghị cụ thể

Công nghệ thông tin là một công cụ quan trọng, định hướng cho hoạt động này là: (1) Cải thiện khả năng phục vụ của website; (2) Phát triển các ứng dụng theo hướng gia tăng tiện ích cho sinh viên; (3) Ứng dụng công nghệ thông tin trong công tác thông kê đào tạo; (4) Sử dụng rộng rãi công nghệ thông tin trong kiểm tra kết quả học tập; (5) Xây dựng chương trình tra cứu và đăng ký mượn tài liệu qua mạng.

4.2.4. Định hướng trong công tác truyền thông cho sinh viên

Trọng tâm truyền thông cần hướng đến 3 vấn đề: (1) Giá trị cộng

đồng của Nhà trường và trách nhiệm của người học đối với xã hội; (2) Phương pháp học tập, quy chế, quy trình và thủ tục; (3) Truyền thông hình ảnh của Nhà trường nhằm gia tăng giá trị cho sinh viên.

4.2.5. Định hướng trong tạo dựng giá trị cho sinh viên

Để gia tăng giá trị cho sinh viên cần chú trọng đến hai vấn đề sau:

4.2.5.1. Quản lý “chi phí” của sinh viên

“Chi phí” bao gồm nhiều yếu tố: chi phí bằng tiền, chi phí thời gian, sức khỏe, cơ hội... Cần chú trọng đến kiểm soát các chi phí bằng tiền mà sinh viên phải trả cho các hoạt động khác nhau trong Trường, đồng thời gia tăng cơ hội trong việc lựa chọn thời gian, môn học, chương trình học phù hợp với nhu cầu và năng lực của sinh viên.

4.2.5.2. Gia tăng giá trị trong hoạt động đào tạo

Trong giáo dục đại học, quan trọng nhất là giá trị kiến thức và chức năng, được cung cấp cho sinh viên chủ yếu thông qua nội dung chương trình đào tạo, phương pháp giảng dạy và kiểm tra kết quả, bằng cấp và kết quả xếp loại học tập. Tất cả những yếu tố này cần được quản lý chặt chẽ và cải tiến liên tục.

Cần chú ý đến phát triển “kỹ năng mềm” cho sinh viên, vì đây là nhân tố ảnh hưởng đến năng lực nghề nghiệp và khả năng phát triển học tập, nghiên cứu tiếp theo của sinh viên.

4.3. Những hạn chế và phương hướng nghiên cứu tiếp theo

4.3.1. Hạn chế của đề tài

- Thứ nhất, hạn chế trong việc kết nối giữa lý thuyết, thực tế và nội dung nghiên cứu trong đề tài: (1) Tập trung đánh giá thực trạng, chưa chú trọng đến phát hiện nguyên nhân; (2) Nội dung liên quan đến chương trình đào tạo và quy trình chưa rõ ràng; (3) Phạm trù giá trị được nghiên cứu chưa sâu; (4) Sự phân biệt giữa chất lượng và giá trị trong các câu hỏi chưa rõ và nhất quán; (5) Chưa xem xét đến yếu tố “hình ảnh” trong nghiên cứu; (6) Chưa xem xét đến mức độ yêu

thích ngành học của sinh viên trong mối quan hệ với sự hài lòng.

- *Thứ hai*, hạn chế về kỹ thuật thiết kế bản câu hỏi: (1) thiết kế thang đo 5 điểm tỏ ra không phù hợp; (2) bản câu hỏi không có mục để sinh viên lựa chọn khi “không đủ thông tin để đánh giá” gây ra khó khăn trong phân tích; (3) bản câu hỏi sử dụng chung cho sinh viên các khóa là chưa thực sự hợp lý; (4) một số câu hỏi còn bị trùng lặp hoặc xếp ở các vị trí không thực sự phù hợp trong phiếu điều tra.

- *Thứ ba*, số liệu điều tra chưa được khai thác một cách hiệu quả. Với số liệu thu thập, có thể thực hiện các phân tích đa nhóm, phân tích nhân tố khẳng định... Công việc này chưa được thực hiện trong đề tài.

4.3.2. Hướng nghiên cứu tiếp theo

Mặc dù còn nhiều hạn chế, nhưng nó cũng là cơ sở gợi ý cho những hướng nghiên cứu tiếp theo:

- *Thứ nhất*, sửa chữa những thiếu sót trong đề tài này bằng một nghiên cứu hoàn chỉnh hơn.

- *Thứ hai*, xây dựng phương pháp và quy trình khảo sát sự hài lòng của các bên hữu quan đối với hoạt động của các trường đại học Việt Nam.

- *Thứ ba*, thử nghiệm trên quy mô rộng hơn nhằm tiếp cận khả năng xây dựng “chỉ số hài lòng” của sinh viên chuyên ngành kinh tế tại các trường đại học ở Việt Nam.

KẾT LUẬN

Các nghiên cứu về giáo dục cho thấy, sự hài lòng của sinh viên được xem là chỉ số đánh giá về hình ảnh, chất lượng và giá trị của hoạt động giáo dục đại học mà nhà trường mang đến cho sinh viên.

Đề tài được thực hiện nhằm nghiên cứu về sự ảnh hưởng của hai nhân tố chính là chất lượng cảm nhận và giá trị cảm nhận đến sự hài lòng của sinh viên theo học bậc đại học, hệ chính quy của Trường Đại học Kinh tế, ĐHQĐN. Việc thực hiện đề tài đã giải quyết được các vấn đề sau:

- Đã làm rõ các vấn đề liên quan đến khái niệm và phương pháp luận trong đo lường sự hài lòng của sinh viên.

- Thu thập, phân tích và bước đầu rút ra những kết luận cần thiết liên quan đến cảm nhận của sinh viên về chất lượng, giá trị và mức độ thỏa mãn đối với hoạt động giáo dục đại học.

- Mô hình đề nghị kiểm định và các giả thiết đã được xây dựng và kiểm định thành công. Thang đo chất lượng cảm nhận, giá trị cảm nhận và sự hài lòng của sinh viên bước đầu được hình thành. Mối quan hệ giữa “chất lượng cảm nhận” và “giá trị cảm nhận” với “sự hài lòng của sinh viên” được thiết lập và khám phá.

- Kết hợp giữa lý luận và kết quả thực nghiệm, đề tài đã đưa ra một số kiến nghị nhằm bảo đảm và duy trì lâu dài sự hài lòng của sinh viên. Trong đó, nhấn mạnh đến việc phát triển ứng dụng công nghệ thông tin, tăng cường hoạt động truyền thông và tạo lập giá trị khách hàng.

Về cơ bản, các mục tiêu nghiên cứu đặt ra cho đề tài đã đạt được ở một mức độ nhất định. Tuy nhiên, quá trình thực hiện vẫn bộc lộ nhiều hạn chế, làm cho những kết luận của mô hình được đề xuất trong đề tài chưa thực sự thuyết phục. Cần tiếp tục hoàn thiện và sửa chữa những thiếu sót, nhằm nâng cao hơn nữa chất lượng và ý nghĩa thực tiễn của đề tài.